

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN MATERI

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berisikan berbagai referensi dalam bentuk jurnal ilmiah dan buku, yang akan digunakan sebagai referensi dalam proses perancangan Redesain *Website Marketplace Yulibu.com* Untuk Meningkatkan *User Experience* Pengguna.

##### 2.1.1. Tinjauan Terhadap Penelitian dan Perancangan Terdahulu

Dalam artikel yang berjudul “Perancangan UI/UX Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Website* pada Toko AEMA Kacamata Surabaya Menggunakan Model *Lean User Experience*.” Oleh Setyani (2021), membahas mengenai penggunaan *Task Analysis* dalam melakukan pengujian MVPnya. Dari *Task Analysis* pada penelitian ini dihasilkan *success rate* percobaan sebesar 86%. Nilai ini dihasilkan dari jumlah *task* yang berhasil diselesaikan responden dibagi dengan jumlah total *task* yang diberikan dikalikan dengan 100%. Pengujian *task analysis* ini dapat menjadi tinjauan dalam menghitung *success rate* dari hasil *prototype* pada perancangan ini.

Dalam artikel yang berjudul “Perancangan *User Interfaces (UI)* dan *User Experience (UX) Prototype* Aplikasi Mobile AIS Menggunakan Metode *Lean UX*” oleh Pratama (2020), membahas mengenai penggunaan *Lean UX* dalam melakukan perancangan aplikasi digital. Didalamnya membagi proses *Declare Assumptions*, menjadi bagian-bagian lebih kecil lagi yaitu menjadi *Problem Statement*, *Assumptions Worksheet*, *Prioritixzing Assumptions*, *Hypotheses*, *Proto-Persona*, dan *Collaborative Design*. Hasil dari perancangan ini adalah desain AIS Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Penggunaan *Lean UX* ini dapat menjadi tinjauan ilmu yang dapat diaplikasikan dalam mencari asumsi pada perancangan UI/UX untuk *website Yulibu.com*.

Dalam artikel yang berjudul “Perancangan Desain *User Interfaces (UI)* Aplikasi Pencarian Kost” oleh Reynaldi (2019), yang membahas tentang perancangan *User Interfaces Design* yang efektif untuk sistem operasi perangkat lunak. Tujuan

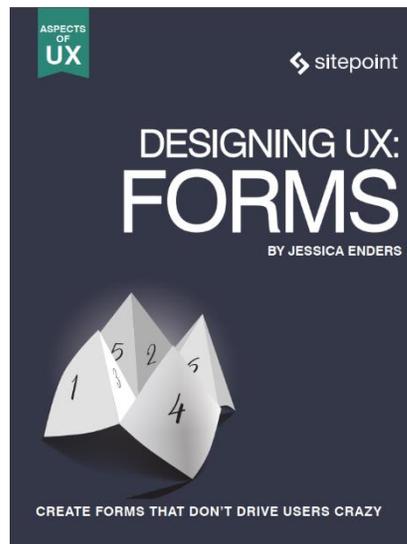
perancangan ini adalah menghasilkan *prototype* aplikasi pencarian kost. Dalam perancangannya menggunakan teori-teori *user interfaces design*, prinsip perancangan *user interfaces*, prinsip kerja desain, prinsip desain aplikasi, komunikasi *layout*, serta pendalaman psikologi warna sehingga pesan dan kesan yang ingin disampaikan dapat tercapai. Menggunakan analisis kompetitor serta analisis kebutuhan target *audience* untuk menentukan konten-konten yang akan disajikan, pengelompokan informasi yang dibutuhkan, implementasi hasil dalam bentuk *prototype* digital. Hasil dari perancangan ini adalah *prototype* aplikasi yang diharapkan kedepannya mampu diimplementasikan kedalam bentuk aplikasi sebenarnya. Artikel ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penulisan serta teori dalam perancangan *website* yang dibuat.

Dalam artikel berjudul “*Designing Usable Web Forms – Empirical Evaluation of Web Form Improvement Guidelines*” oleh Avila dkk (2014), membahas mengenai rancangan *guidelines* dalam mendesain sebuah *form* yang dibuat oleh Avila dan teman-temannya. Dalam artikel ini Avila, dkk mencoba mengambil beberapa sampel *form* dari situs-situs berita populer dan selanjutnya diperbaiki menggunakan *guidelines* tersebut. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menguji apakah *guidelines* tersebut mampu meningkatkan *user experience* dari *form* sampel. Didalam *guidelines* tersebut terdapat 20 aturan yang mencakup *content*, *layout*, *input*, *error handling*, dan *form submission*. *Guideline* ini dapat digunakan dalam proses mendesain *form* isian yang ada dalam *website* yang dirancang untuk meningkatkan *user experience* pengguna.

Dalam artikel yang berjudul “Analisis Komponen Desain *Layout*, Warna, dan Kontrol Pada Antarmuka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Kemudahan Penggunaan (Studi Kasus: Aplikasi Olride)” oleh Ghiffary dkk (2018), membahas mengenai penataan (*layouting*) tampilan dari sebuah *user interfaces* sehingga menarik. Didalamnya menjelaskan beberapa material *design guidelines* yang mengacu pada panduan desain yang biasa digunakan dalam mendesain seluruh produk Google, dalam artikel ini membahas mengenai 3 material desain yaitu 1) *Layout*, mencakup *unit & measurement, metric & keylines, structure, responsive UI*, dan *split screen*; 2) *Color*, membahas penggunaan dan peletakan warna yang strategis dan konsistensi dalam penggunaannya; 3) *Control*, membahas komponen-komponen yang digunakan agar

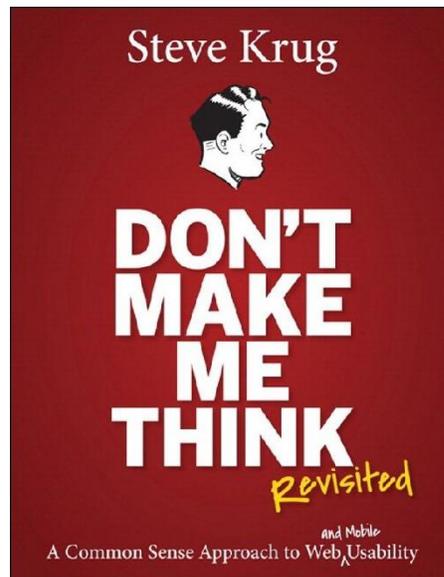
pengguna dapat berinteraksi dengan sistem. Material-material dalam artikel ini dapat digunakan sebagai acuan selama proses perancangan *website* serta dalam perancangan *UI profile*.

### 2.1.2. Buku Referensi



Gambar 2.1 Sampul Buku *Design UX: Forms*  
(Sumber : data penulis)

Dalam buku “*UX Design: Form*” karya Jessica Enders (2016), membahas mengenai perancangan serta teori-teori UX design untuk mendesain sebuah *form* di *website*. *Form* merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah *website*, terkadang mengisi *form* menjadi suatu hal yang memberatkan pengguna, oleh karena itu penting halnya merancang *form* dengan baik dengan tujuan memuluskan pengalaman pengguna dalam mengisi sebuah *form*. Teori-teori serta studi kasus yang ada pada buku ini dapat menjadi sebuah referensi dalam merancang sebuah desain *form* yang diperlukan *website* Yulibu.com.



Gambar 2.2 Sampul Buku *Don't Make Me Think Revisited*

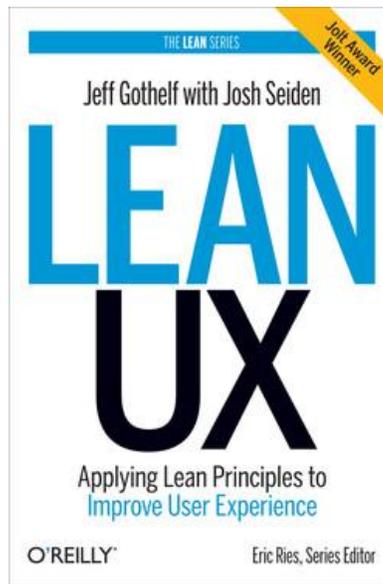
(Sumber : data penulis)

Dalam buku “*Don't Make Me Think Revisited: A Common Sense Approach to Web and Mobile Usability*” karya Steve Krug (2014), membahas tentang membangun sebuah *website* tidak hanya tentang teknologi dan desain, namun perlu adanya pemahaman mengenai psikologi manusia. Buku ini menguraikan prinsip penting dibalik mendesain *web/mobile usability* dan *user experience design*. Steve Krug menjabarkan *laws of usability* versinya dimana *website* haruslah jelas, dan pengguna harus dapat menggunakannya tanpa harus berfikir banyak, contohnya dengan menggunakan kata-kata yang lugas dan menyajikan tombol atau tautan yang dapat di klik dengan jelas. Teori ini dapat digunakan dalam perancangan *website* yang akan dibuat, khususnya bagian desain tombol, tautan, serta pemilihan konten.



Gambar 2.3 Sampul Buku *Web UI Design Best Practices*  
(Sumber : data penulis)

Dalam buku “*Web UI Best Design Practices*” karya Chris Bank dan Jerry Cao (2014), membahas mengenai bagaimana perusahaan-perusahaan seperti Apple, MailChimp, Skype, Google, dan lainnya mampu sukses dalam menciptakan sebuah UI yang baik. Didalamnya juga terdapat penjabaran mengenai teori, pengalaman, serta contoh *website* yang baik dari para *expert* dibidang UI dan UX. Buku ini dapat digunakan sebagai referensi dalam mendesain *website* karena didalamnya tidak hanya berisikan teori tetapi juga terdapat beberapa contoh studi kasus beserta beberapa penyelesaian yang diambil



Gambar 2.3 Sampul Buku *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*  
(Sumber : data penulis)

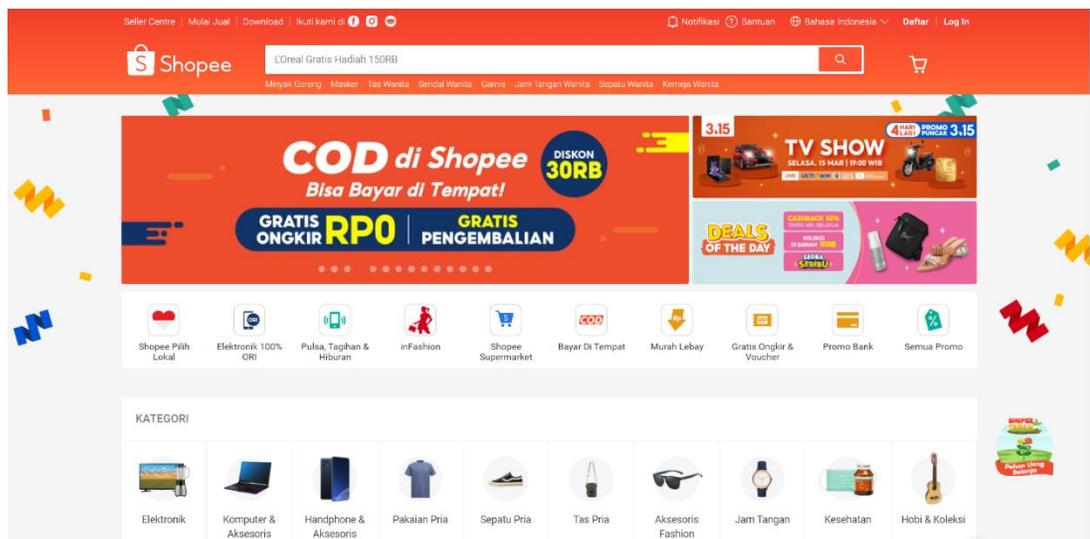
Dalam buku “*Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*” karya Jeff Gothelf dan Josh Seiden (2016), menjabarkan teori dengan lengkap *Lean UX* serta penggunaannya. Buku ini banyak dijadikan sumber teori oleh para peneliti yang meneliti menggunakan *Lean UX*. Buku ini dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam penggunaan metode *Lean UX* untuk merancang UI/UX Yulibu.com.



Gambar 2.5 Sampul Buku *The Principles of Beautiful Web Design*  
(Sumber : data penulis)

Dalam Buku “*The Principles of Beautiful Web Design*” karya Jason Beard & James George (2014), didalamnya berisikan panduan dalam mendesain *website* dengan baik, elemen-elemen desain, serta teori-teori dasar desain *web* seperti *layouting* dan *compositioning*, *color selection*, penggunaan *texture*, pemilihan *typography*, serta penggunaan *imagery*. Buku ini dapat digunakan sebagai referensi teori dalam mendesain *website* Yulibu.com, karena didalamnya membahas mengenai *system grid* dan pengaplikasiannya pada sebuah *website*.

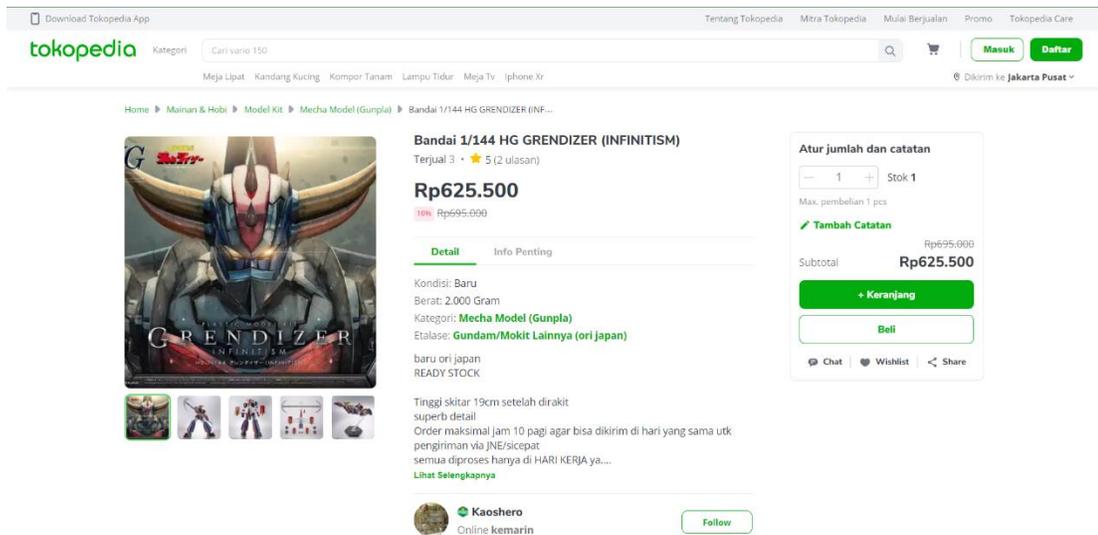
### 2.1.3. Kajian Sumber Ide Perancangan



Gambar 2.6 Contoh Desain *Homepage* Shopee

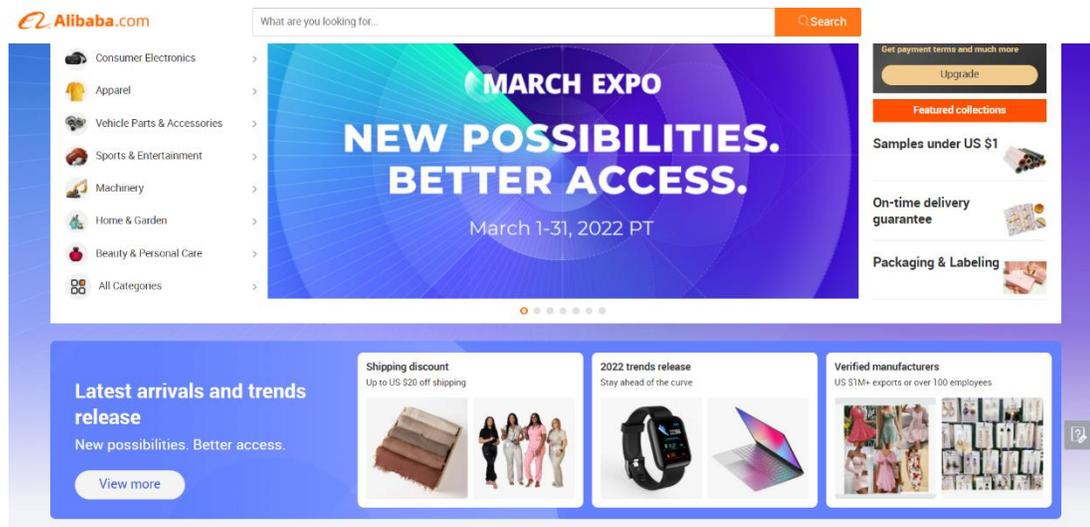
(Sumber : Shopee.co.id)

Penggunaan warna orange yang konsisten dan kuat pada *web* menguatkan visual *brand* Shopee, serta *layouting* konten pada *homepage* Shopee memudahkan pengguna dalam memilih dengan cepat kategori barang yang ingin mereka beli, Promosi-promosi yang ditampilkan pada *hero image* memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi terkini mengenai promosi yang ditawarkan.



Gambar 2.7 Contoh Desain *Page* Pembelian Tokopedia  
(Sumber : Tokopedia.com)

Gambar diatas merupakan *page* pembelian pada *marketplace* Tokopedia. Pada *page* ini, Tokopedia menata tombol fungsi pembelian, foto barang, serta *page* deskripsi produk ada pada satu layar, hal kecil ini memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian dengan cepat dikarenakan tidak perlu melakukan *scrolling* yang berlebih. Penggunaan warna pada tombol juga berpengaruh pada psikologi pengguna, pemilihan penegasan pada tombol CTA +Keranjang ketimbang tombol CTA Beli memudahkan pembeli dalam melakukan pembelian pada beberapa barang sekaligus.



Gambar 2.8 Contoh Desain Homepage Alibaba.com

(Sumber : Alibaba.com)

*Grouping* konten pada Alibaba.com menciptakan kesan yang rapi dan *clean*, hal ini memberikan kesan modern dan profesional pada *website marketplace* mereka. *Blocking* warna serta penggunaan *container* pada setiap kategorinya menciptakan hierarki visual sehingga pengguna lebih mudah dalam memahami informasi visual yang ada pada *website* ini.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Website

#### a. Pengertian Website

*Website* adalah kumpulan halaman *web* yang berfungsi dalam menampilkan informasi dalam bentuk tulisan, gambar, dan suara dari sebuah domain yang terbentuk dalam suatu rangkaian yang saling terkait dan dapat diakses oleh siapapun menggunakan akses internet. Suatu halaman *web* yang terhubung dengan halaman *web* lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang terhubung dengan teks lainnya disebut dengan *hypertext* (Kinaswara dkk, 2019).

Sebuah *website* memiliki struktur didalamnya, struktur *website* ini dibutuhkan guna membantu dalam proses memahami, menemukan, dan memprediksi suatu

*pattern*. Struktur *website* yang tepat dapat membantu pengunjung situs dalam menemukan informasi dengan lebih mudah dan cepat (Fanguy, 2020). Idealnya, struktur sebuah *website* seperti sebuah piramida. Struktur halaman *website* terdiri dari *homepage*, kategori, sub-kategori, dan *individual post* dan *page*.

1) *Homepage*

*Homepage* berada dibagian atas piramida. *Homepage* berfungsi sebagai penghubung antara pengunjung dengan *website*. Designer bisa menautkan halaman populer atau penting pada halaman *homepage* sehingga dapat memandu pengunjung menuju halaman tersebut dengan mudah.

2) Kategori

Dengan pengkategorian yang baik pengunjung dapat dengan lebih cepat dan mudah dalam mengambil sebuah keputusan.

3) Sub-Kategori

Sub-kategori menjadi sebuah struktur penting dalam struktur *website*, contoh saja *marketplace* seperti Tokopedia ataupun Shopee yang memiliki halaman *page* yang hampir tidak terhingga, akan mudah bagi pengunjung untuk tersesat dengan informasi yang ada. Dengan sub-kategori, informasi tersebut dapat terstruktur dengan tepat, khususnya untuk situs *web* yang memiliki data cukup kompleks.

4) *Individual post* dan *page*

Hal ini merupakan sebuah elemen paling dasar pada sebuah *web*. *Page* ini berisikan informasi yang dicari oleh pengunjung.

## b. Jenis *Website*

Menurut (Manik dkk, 2017), *website* terbagi menjadi beberapa kategori tergantung dari fungsi dan sifatnya. Berdasarkan sifatnya, *website* terbagi menjadi 2, yaitu *website* statis dan *website* dinamis.

### 1) *Website* statis

*Website* statis dapat diartikan sebagai sebuah situs yang memiliki konten yang bersifat konstan atau tidak berubah sehingga menunjukkan informasi yang sama kepada setiap pengunjung. *Website* statis tidak membutuhkan *database*, hal ini karena *website* jenis ini tidak membutuhkan pembaharuan secara berkala.

### 2) *Website* dinamis

*Website* dinamis merupakan *website* yang memiliki konten yang terbaharui secara berkala, oleh sebab itu *website* jenis ini memiliki *database* yang dapat diakses oleh *webmaster* atau *developer*. Karena pembaharuan informasi yang berkala, terkadang *website* jenis ini memiliki lebih dari satu pengguna untuk membantu dalam pembaharuan informasi tersebut.

## c. Fungsi dan Tujuan *Website*

Sedangkan menurut fungsi dan tujuan pembuatan, *website* dapat terbagi menjadi 5 fungsi yaitu fungsi informasi, komunikasi, *entertainment*, transaksi, dan promosi.

### 1) Fungsi Informasi

Tujuan situs ini adalah untuk memberikan informasi mengenai sesuatu, sehingga cenderung situs ini lebih menekankan kualitas dari konten didalamnya.

### 2) Fungsi Komunikasi

Pada umumnya situs dengan fungsi ini merupakan sebuah *website* dinamis dan didalamnya berisikan fasilitas-fasilitas yang menunjang dalam fungsi komunikasi, contohnya seperti *webmail*, *form contact*, forum dan lain sebagainya.

### 3) Fungsi *Entertainment*

Situs ini memiliki beberapa fasilitas-fasilitas yang menunjang dalam fungsi hiburan, contohnya seperti *online game*, *streaming* video, musik *online*, dan lain sebagainya.

### 4) Fungsi Transaksi

Situs ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi digital.

### 5) Fungsi Promosi

Situs ini dapat dipergunakan oleh perusahaan maupun perorangan dan biasanya dipergunakan sebagai media bisnis *online* dengan tujuan memperluas jaringan promosi.

## 2.2.2. *User Interfaces*

UI atau *User Interfaces* adalah sebuah ilmu tentang tata letak grafis *website* atau aplikasi, dengan cakupannya meliputi tombol *call to action* (CTA), teks, gambar, *text entry field*, dan semua item yang berinteraksi secara langsung dengan pengguna termasuk *layout*, animasi, transisi dan semua interaksi kecil lainnya. Seorang desainer UI bertugas mendesain semua elemen visual dalam sebuah *website* dengan memperhatikan bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan halaman *website*. Elemen visual yang ditangani oleh seorang desainer UI antara lain skema warna, menentukan bentuk tombol, serta menentukan jenis *font* yang digunakan untuk teks pada halaman *web*. Tampilan UI yang baik dan menarik dapat meningkatkan kesetiaan pengguna dalam menggunakan UI tersebut (Muhyidin dkk, 2020).

#### a. Prinsip Perancangan User Interface

Schalatter (dalam Ghiffary, dkk, 2018) membuat sebuah panduan dalam mendesain sebuah aplikasi dengan membagi menjadi beberapa komponen yang harus diperhatikan dalam prosesnya, yaitu:

##### 1) *Consistency*

Konsistensi dalam desain antarmuka bertujuan untuk meminimalisir kebingungan pengguna dalam menggunakan aplikasi, dengan meminimalisir

terjadinya kebingungan memudahkan pengguna dalam memahami penggunaan sebuah aplikasi.

2) *Hierarchy*

Penyusunan hirarki kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat dalam sebuah aplikasi memudahkan pengguna dalam mengefisiensikan penggunaan aplikasi.

3) *Personaly*

*First impression* yang ditunjukkan serta ciri khas yang dimiliki oleh desain antarmuka ketika berinteraksi dengan pengguna.

4) *Layout*

Merupakan penyusunan tata letak dari elemen-elemen yang terdapat dalam sebuah aplikasi.

5) *Type*

*Type* atau jenis *font* yang digunakan dalam sebuah aplikasi, penggunaan *font* yang jelas dan *readable* membuat pengguna mudah dalam menjalankan sebuah aplikasi.

6) *Color*

Penggunaan warna yang tepat serta konsistensi dalam penggunaan warna membantu pengguna dalam memahami aplikasi tersebut.

7) *Imagery*

Penggunaan gambar, *icon* dan sejenisnya, digunakan dalam penyampaian informasi, sehingga pengguna paham akan informasi yang ingin disampaikan.

8) *Control & Affordance*

Kontrol merupakan sebuah elemen dalam UI yang menjembatani interaksi antara pengguna dengan sebuah sistem.

b. Elemen *User Interfaces*

1) *Color*

Jika warna digunakan dengan benar maka warna dapat memberikan sebuah penekanan informasi contohnya dapat digunakan untuk membedakan komponen layar, menonjolkan sebuah perbedaan, maupun membuat tampilan jadi semakin menarik. Sebaliknya jika warna dipergunakan dengan salah dapat mengganggu kenyamanan visual maupun sebuah sistem.

2) *Font*

Huruf merupakan salah satu elemen penting dalam desain grafis, hal ini dikarenakan huruf mampu menjembatani sebuah visual menjadi sebuah bentuk bahasa komunikasi. Komunikasi ini yang memegang peranan penting dalam menciptakan hubungan langsung antara pengguna dan sebuah sistem. Menurut Esatama (2019), Dalam memilih sebuah *font* untuk sebuah *user interfaces* haruslah memiliki sejumlah fungsional antara lain:

Tabel 2.1 Fungsional *Font*

(Sumber : Esatama, 2019)

No.	Fungsional
1.	Huruf kecil dan besar ( <i>Uppercase</i> dan <i>Lowercase</i> )
2.	Ruang yang cukup antar karakter
3.	Fitur pada <i>font</i> sesuai dengan prinsip desain umum
4.	Elemen moderat ke atas / ke bawah
5.	Proporsional
6.	Ruang yang cukup antar huruf
7.	Kontras rendah
8.	Tegas
9.	Orientasi pada sumbu vertical

### 3) *Icon*

*Icon* merupakan sebuah gambar yang memiliki sebuah maksud atau fungsi simbolis maupun metafora dari sebuah elemen navigasi dalam proses interaksi (Safina, 2019). Beberapa hal yang membuat sebuah ikon menjadi multifungsi dan komperhensif antara lain:

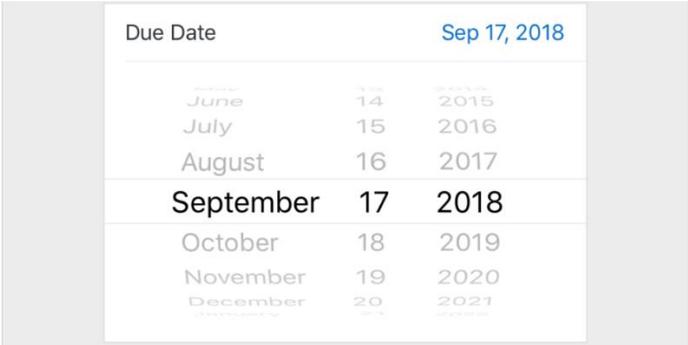
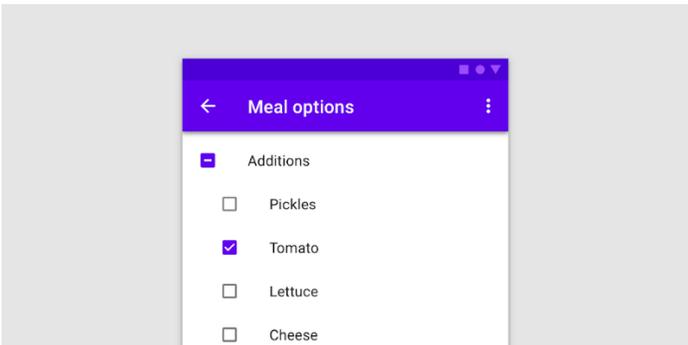
Tabel 2.2 *Icon*  
(Sumber : Safina, 2019 )

No.	Nama	Keterangan
1.	Interaktif	yaitu secara langsung mewakili fungsi sebuah tombol, kontrol dan elemen interaksi lainnya.
2.	Mengklarifikasi	berfungsi sebagai media penjelas dari sebuah fungsi, kategori, tindakan, dan tidak secara langsung mewakili fungsi darinya.
3.	Dekorasi dan menghibur	Ikon dapat digunakan sebagai dekoratif tambahan yang berbeda dari biasanya, contohnya menampilkan ikon-ikon perayaan musiman dan sebagainya.
4.	<i>Illustration</i>	Ilustrasi dalam sebuah <i>interfaces</i> dalam banyak kasus digunakan sebagai media komunikasi kepada pengguna, hal ini karena ilustrasi terkadang dapat menyampaikan sebuah informasi lebih cepat daripada menggunakan teks. Namun untuk menciptakan hal ini tentunya diperlukan beberapa fungsi yang harus ada pada sebuah ilustrasi antara lain : <ul style="list-style-type: none"><li>a. <i>Meaningful</i> (memiliki arti)</li><li>b. <i>Reconizable</i> (Mudah dikenali)</li><li>c. <i>Straighforward</i> atau tidak ambigu</li><li>d. <i>Clarifying</i> (jelas)</li><li>e. <i>Attractive</i> (menarik)</li></ul>

4.	<i>Illustration</i>	<p>f. Harmonis dan sejalan dengan konsep gaya dari <i>interfaces</i></p> <p>g. Tidak membutuhkan waktu lama untuk memuat ilustrasi tersebut</p>
5.	<i>Brand design</i>	<p><i>Brand</i> dalam <i>interfaces</i> artinya sekumpulan gambar yang tercipta dari beberapa fitur pembeda, sehingga meningkatkan kesadaran pengenalan sebuah produk atau layanan. Beberapa elemen visual yang digunakan sebagai <i>asset branding</i> antara lain :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Logo</i></li> <li>b. <i>Brand Color</i></li> <li>c. <i>Typography</i></li> <li>d. Elemen grafis seperti ilustrasi, desain kop surat, <i>business card</i>, atau media cetak lainnya.</li> </ul>
6.	<i>Navigation</i>	<p>Navigasi merupakan serangkaian tindakan yang berfungsi untuk membimbing pengguna dalam menyelesaikan tujuan mereka ataupun untuk membantu pengguna dalam berinteraksi dengan <i>interfaces</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menu <p>Menu merupakan sebuah elemen navigasi utama yang ada pada sebuah <i>interface</i>. Pada hakikatnya, menu merupakan sebuah draft perintah, dimana menyajikan pilihan kata kerja tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna, contohnya seperti <i>save</i>, <i>delete</i>, <i>buy</i>, dan lain sebagainya.</p> </li> <li>b. CTA (<i>Call to Action</i>) <p>Biasa dikenal sebagai tombol, <i>tab</i>, atau tautan. CTA memungkinkan pengguna untuk melakukan tindakan yang mereka kehendaki.</p> </li> </ul>

6.	<i>Navigation</i>	<p>c. <i>Bar</i></p> <p>Bar merupakan elemen dari <i>user interfaces</i> yang berfungsi untuk memudahkan pengguna dalam mengambil beberapa keputusan dengan cepat atau juga bisa digunakan untuk menginformasikan pengguna mengenai proses yang sedang berlangsung.</p> <div data-bbox="695 611 1382 772" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">Gambar 2.9 <i>Tab Bar</i> (Sumber : dribbble.com)</p> <p>Pada sebuah aplikasi berbasis <i>mobile</i>, <i>Tab bar</i> cenderung muncul pada bawah layar dari aplikasi dan berfungsi untuk beralih antar berbagai bagian aplikasi dengan cepat.</p> <div data-bbox="695 1157 1382 1444" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">Gambar 2.10 <i>Progress Bar</i> (Sumber : upslab.com)</p> <p><i>Progress bar</i> memberikan informasi kepada pengguna tentang proses yang sedang berlangsung sejauh ini. Seberapa banyak <i>task</i> yang harus diselesaikan.</p>
----	-------------------	---

<p>6.</p>	<p><i>Navigation</i></p>	<div data-bbox="695 226 1383 457" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">Gambar 2.11 <i>Loading Bar</i> (Sumber : dribbble.com)</p> <p><i>Loading bar</i> memberikan informasi kepada pengguna tentang proses yang sedang berlangsung. Biasanya menunjukkan waktu atau presentasi yang dihabiskan sebelum sebuah <i>task</i> berhasil diselesaikan.</p> <p>d. <i>Button</i></p> <p><i>Button</i> merupakan elemen <i>interfaces</i> yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan sebuah sistem. Kegunaan <i>button</i> sendiri adalah sebagai sebuah tombol perintah yang diperlukan untuk melaksanakan suatu perintah.</p> <p>e. <i>Switch</i></p> <p>Elemen <i>Switch</i> merupakan sebuah elemen <i>user interfaces</i> yang memungkinkan pengguna untuk mematikan ataupun mengaktifkan sebuah fungsi.</p> <div data-bbox="922 1339 1149 1591" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">Gambar 2.12 <i>Switch</i> (Sumber : pinterest.com)</p>
-----------	--------------------------	---

6.	<i>Navigation</i>	<p>f. <i>Picker</i></p> <p><i>Picker</i> berguna untuk memudahkan pengguna dalam memilih sesuatu dari sebuah deretan pilihan. Elemen ini banyak digunakan pada <i>interfaces</i> pengaturan waktu atau tanggal.</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 2.13 <i>Picker</i> (Sumber : stackoverflow.com)</p> <p>g. <i>Checkbox</i></p> <p><i>Checkbox</i> adalah sebuah elemen <i>user interfaces</i> yang digunakan untuk menandai bagian tertentu untuk menetapkan pilihan dari sebuah konten.</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 2.14 <i>Checkbox</i> (Sumber : material.io)</p>
----	-------------------	---

### **2.2.3. Usability**

Menurut Saputri, dkk (2017), *Usability* merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan suatu produk dalam penggunaannya. *Usability* dapat didefinisikan sebagai efektifitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna dalam menyelesaikan tujuannya. Adapun kriteria-kriteria *usability* antara lain:

#### **a. Learnability**

Adalah sebuah kriteria yang mengukur apakah sebuah sistem dapat mudah digunakan dan dipelajari khususnya bagi pengguna baru.

#### **b. Efficiency**

Merupakan kriteria yang mengukur tingkat performansi pengguna dalam menggunakan sistem

#### **c. Memorability**

Adalah kriteria yang dapat dilihat dari seberapa mudah pengguna menggunakan sebuah sistem kembali setelah lama tidak menggunakan sebuah sistem.

#### **d. Errors**

Pengukuran terhadap sebuah sistem dalam seberapa banyak terjadinya *error* pengguna dalam ketika menjalankan *task* yang diberikan.

#### **e. Satisfaction**

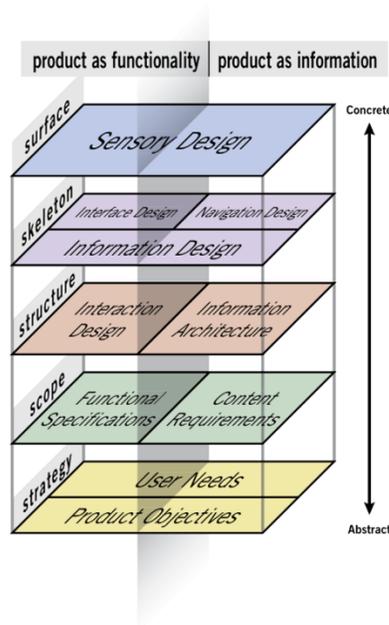
Menilai kenyamanan pengguna dalam menggunakan sebuah sistem, hal ini didasari oleh kemudahan pengguna dalam menggunakan sebuah sistem serta sehingga muncul rasa puas setelah menyelesaikan tugas yang diberikan.

### **2.2.4. User Experience**

Dalam (Wiryawan, 2011), UX atau *user experience* merupakan persepsi seseorang dan responnya selama menggunakan sebuah produk, jasa, ataupun sistem. UX menilai kepuasan dan kenyamanan pengguna terhadap produk yang ditawarkan. Seberapa pun bagus sebuah barang atau jasa yang ditawarkan, jika pengguna tidak dapat menggunakannya dengan nyaman dan tidak dapat memberikan kepuasan dengan maksimal selama memakai produk atau jasa tersebut, maka tingkat nilai UX dari barang atau jasa tersebut menjadi rendah. Seiring dengan perkembangan zaman,

membuat UX menjadi berkembang dan menjadi lebih rumit, hal ini dikarenakan sumberdaya yang terus berkembang, contohnya saja seperti *website*. Kini semua orang dapat membuat *website* menggunakan berbagai macam piranti, seorang pengguna yang mengakses sebuah *website* menggunakan *desktop* pasti akan memiliki pengalaman yang berbeda dengan pengguna yang mengakses *website* yang sama menggunakan *smartphone*.

### 2.2.5. Elemen UX



Gambar 2.15 5 Elemen UX Jesse James Garret

(Sumber: Firantoko dkk, 2019)

Dalam (Firantoko dkk, 2019) Dalam *elements user of experience* terdapat metode yang menjelaskan kerangka proses dalam menggali pengalaman pengguna, dari tahapan paling abstrak ke paling konkrit. Jesse James Garret membagi tahapan itu menjadi *strategy*, *scope*, *structure*, *skeleton*, dan *surface*. Setiap *layer* yang ada bergantung pada *layer* lain dibawahnya, jika terjadi kesalahan di *layer* sebelumnya akan berdampak pada *layer-layer* dibawahnya.

a. *Strategy*

Pada tahapan strategi, membahas mengenai tujuan dari produk, aplikasi, atau *website*, kenapa itu dibuat, kepada siapa kita menunjukan produk tersebut, serta kenapa pengguna menggunakan atau membutuhkan produk ini. Tahapan ini memiliki tujuan untuk mendefinisikan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis.

b. *Scope*

Menjabarkan kebutuhan konten dan fungsional, apa saja fitur dan konten yang terdapat dalam sebuah aplikasi atau produk. Hal ini harus sejalan dengan tujuan dari *Strategy*.

c. *Structure*

Tahapan ini membahas mengenai bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan produk, bagaimana sebuah sistem berjalan saat digunakan, dan lain sebagainya.

d. *Skeleton*

Pada tahapan ini, ditentukan bagaimana bentuk visual dalam layar, dan menata semua elemen yang diperlukan untuk dapat berinteraksi dengan sistem yang ada pada sebuah *interface*. Pada bagian ini juga membahas bagaimana pengguna berderak melalui informasi, dan bagaimana informasi disajikan secara efektif dan lugas.

e. *Surface*

Menggabungkan semua yang ada menjadi sebuah kesatuan visual sehingga kita bisa tahu akan seperti apa tampilan produk nantinya.

### 2.2.6. *Lean UX*

Menurut Gothlef (dalam Anggraeni (2019)), *Lean UX* merupakan sebuah metode perancangan desain yang membawa sifat nyata sebuah produk sehingga memiliki keberhasilan lebih cepat secara kolaboratif dan lintas fungsional, dengan berfokus pada peningkatan pemahaman pengguna dari *product experience* yang dirancang. *Lean UX* memiliki 4 tahapan yaitu *declare assumption*, *creat MVP*, *run an experiment*, dan *feedback and research*. Tahapan ini dilakukan secara berulang hingga terciptanya model yang baik dan sesuai dengan kebutuhan.

#### a. *Declare Assumption*

Pada tahapan awal dilakukan sebuah wawancara dan observasi kepada pengguna untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dihadapi. Setelah mendapatai beberapa permasalahan yang ada, dilakukan sebuah asumsi

#### b. *Create An Minimum Viable Product (MVP)*

Dari hasil hipotesis yang ada, akan dirancang sebuah MVP yang nantinya akan digunakan untuk pengujian kepada pengguna. MVP dapat berupa *prototype*, *sketching*, atau *wareframe*.

#### c. *Run An Experiment*

Tahap ini dilakukan pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat, pengujian ini dapat dilakukan kepada anggota tim maupun diri sendiri. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan MVP berjalan dengan baik sebelum diujikan kepada pengguna.

#### d. *Feedback and Research*

Pada tahapan ini berfungsi untuk mevalidasi asumsi-asumsi yang sudah ada melalui hasil dari *prototype MVP* yang telah di tes. Tahapan ini berguna untuk memastikan produk yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan mereka.